

PERIODISMO DEPORTIVO: LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD SOBRE EL DEPORTE

1.Carlos Mauricio Pulido Chaves

Resumen

El siguiente artículo hace un análisis de tipo cualitativo sobre la influencia del periodismo deportivo en Colombia a partir de la formación de la opinión pública a través de los diferentes espacios de expresión de los principales periodistas en el país. Por lo tanto, se plantea un diálogo entre opinión pública, periodismo deportivo, deportes y sociedad contemporánea para interpretar sus principales funciones y la existencia de relaciones que inciden en la labor de los medios de comunicación en la cotidianidad en la consolidación de posiciones subjetivas alrededor de los acontecimientos de la realidad en el ámbito socio-cultural.

Palabras clave: Periodismo deportivo, opinión pública, comunicación de masas, deportes, sociedad, agenda setting

Abstract

The following article does an analysis of qualitative type on the influence of the sports journalism in Colombia from the formation of the public opinion across the different spaces of expression of the principal journalists in the country. Therefore, a dialog appears between public opinion, sports journalism, sports and contemporary company to interpret his principal functions and the existence of relations that affect in the labor of the mass media in the commonness. In the consolidation of subjective positions about the events of the reality in the sociocultural area.

Keys: Sports journalism, public opinion, mass media, sports, society, agenda setting

1.Comunicador social y periodista de la Universidad Santo Tomás, con amplia experiencia en la reportería deportiva y la investigación de la opinión pública deportiva, comunicación de masas. Experiencia en la aplicación de funciones en los principales medios masivos para la emisión, recepción y transmisión de información. Participación de varios proyectos de investigación sobre la gobernanza del agua y el bienestar de los periodistas en Colombia donde he podido interpretar y decodificar a partir de la herramienta de etnografía y reportería, las principales causas de los problemas a nivel social. Con experiencia en medios e instituciones como Caracol Radio y UMNG Radio (emisora institucional Universidad Militar Nueva Granada).

Introducción

“Volveremos volveremos, Rusia 2018 nos espera, estoy seguro de que llegaremos al mundial” Carlos Antonio Vélez

Para entender la dinámica de la actualidad de los medios y la opinión, es importante remontarse a los comienzos de la radio colombiana comienza a partir de los años 20 y 30 caracterizada principalmente por la singularidad de, las transmisiones radiales a través de artefactos especiales que emitían señales de servicios inalámbricos en las principales ciudades del país como Bogotá, Medellín, Cali. Por lo tanto, su influencia y poder está basado en la consecución de decisiones construidas desde los manejos de la agenda pública de los medios de comunicación masivos. Por ende, lo que se entiende es el criterio dado por la opinión de los comentaristas deportivos.

Así mismo, la comunicación no se había consolidado por las ausencias de los medios masivos por lo que a transmisión oficial de los partidos de fútbol en los estadios de Colombia, permitió construir y fortalecer nuevos lenguajes a la hora de interactuar con otros campos sociales como la sociología, la antropología, la psicología que pudieron entrar a debatir los contenidos manejados por los medios de comunicación para innovar en un debate de índole social.

Por consiguiente, la radio vivió un momento de innovación y creación tal momento puede ser considerado como uno de los principales como punto de partida en la llegada de ideas que innovaron en los campos sociales representativos de la sociedad colombiana a mediados de la década de los 40. Así fue como en Colombia el periodismo deportivo comenzó a tener un protagonismo en la difusión de contenidos, tal como lo explica Zambrano en la reiteración de lo realizado por los Juegos Nacionales. *“El hecho que fue el momento principal del surgimiento de la radio en Colombia, se empezó a dar desde el año 1928 con la llegada de los Juegos Atléticos Nacionales en la ciudad de Cali, teniendo en cuenta la difusión masiva de los hechos deportivos que ocurrían en el evento”.* (Zambrano ,1992)

De esta forma, los pioneros de la radio deportiva en Colombia como Carlos Arturo Rueda y Manuel Suárez Cote comenzaron su carrera profesional por el crecimiento de la difusión masiva sobre eventos deportivos en Radio Manizales con el programa deportivo *“Gran Caldas”*. No obstante, con la llegada de los Juegos Nacionales en 1946 se comenzaba a tener popularidad y apoyo en todo sentido por parte de los inversionistas políticos que tomaban interés en el deporte en la construcción de un lenguaje basado en eufemismos o metáforas.

Por otro lado, la expansión del periodismo deportivo se dio debido a la creación de varias emisoras como: *Radio Manizales, Nueva Granada, La Voz de Antioquía, La Voz de Cúcuta, La Voz del Valle y Radio Bucaramanga*. (Zambrano, 1992), contando con la característica principal de afición para hablar al frente de un micrófono para los oyentes. Siguiendo por la misma línea, el liderazgo de la emisora Nueva Granada en la ciudad de Bogotá también miró más allá de sus ojos y observó en el interés por cubrir otros eventos deportivos como el baloncesto con el Campeonato Nacional de 1946 en la ciudad de Barranquilla (lugar donde más adelante se realizaron los Juegos Centroamericanos y del Caribe en su quinta edición).

Por consiguiente, a través del manejo de los diversos formatos periodísticos en profesionales que se especializan en la rama deportiva, la influencia del periodismo deportivo en la formación ocurre en las opiniones realizadas por los comentaristas que interpretan las situaciones de juego. Además, dentro de la misma labor periodística, la creatividad, la inmersión de campo y el análisis de los hechos se convierte en una sinergia importante para lograr alcanzar las expectativas dentro de la opinión pública. Pero para ello, la intencionalidad del periodista y la interpretación realizada sobre el acontecimiento, pueden llevar a formar puntos de vistas sesgados sobre ciertas preferencias en el deporte. *“Hay periodistas que exacerban el público. Esto es dañino. Ellos son muy apasionados, muy desbocados caso que suele presentarse con mayor frecuencia entre los narradores y los comentaristas”*. Zambrano (1992)

Es por ello que los géneros de opinión (que han sido propicios en los programas de debate radiales) han intensificado la responsabilidad del comunicador social – periodista sobre lo que informa de manera concreta u opina sobre determinado hecho que repercute en los intereses de los espectadores. Y los argumentos por parte de los profesionales que están al frente de un formato periodístico deben sobresalir de manera efectiva (ya sea por la ridiculización de los acontecimientos o la contundencia objetiva por la cual se manejan los puntos de vista).

“Existe, ciertamente, un grado alto de influencia sobre el comportamiento y las reacciones del espectador y, sobre todo, de la masa humana congregada en torno del espectáculo del balompié”. Zambrano (1992). Así por ejemplo, en los recintos deportivos (sobre todo en los estadios de fútbol) es frecuente observar a las personas con sus herramientas tecnológicas (ya sea desde celulares o radios portátiles) para observar el acontecimiento (en este caso un partido de fútbol) y contemplar una guía a la hora de entender lo que ocurre en el campo de juego,

legitimando los conocimientos que tienen los periodistas que están detrás de los micrófonos o algún perfil de ciertas redes sociales como Twitter y Facebook.

Como por ejemplo ocurrió en el partido por Copa Colombia en el clásico vallecaucano entre el Deportivo Cali y el América de Cali, Lo ocurrido se resume en el enfrentamiento entre las barras bravas (Frente Verdiblanco Radical y el Barón Rojo Sur) durante el previo y el desarrollo del partido debido a las diversas diferencias históricas y culturales que terminaron en un acto de violencia. El hecho estuvo marcado por la cobertura y la atención por parte de los medios de comunicación debido a la decisión que tomó la Dimayor de suspender el campeonato colombiano.

La decisión de suspender el campeonato colombiano y la transmisión de los partidos de fútbol estuvo marcada por el eco de los dueños de los derechos deportivos como fue el Canal Win Sports y los directivos del América de Cali (que oficiaba como local en esa ocasión) junto también a la presencia de los periodistas deportivos que les pareció irracional la medida presentada por parte del presidente de la Dimayor Jorge Fernando Perdomo.

Teniendo en cuenta el fragmento de la columna “*Madurito Perdomo*” del periodista Iván Mejía Álvarez, se puede inferir como el periodismo deportivo empieza a convertir los hechos en un objeto de juicio, tomando de manera reflexiva y contundente lo que ocurre con la realidad como se tuvo en cuenta en la columna “*Madurito Perdomo*”: “*Con buenas intenciones, pero totalmente ajeno al gremio que maneja, Perdomo intentó apretarle las clavijas a una dirigencia que se ha convertido en idiota útil de los delincuentes disfrazados de barras bravas que abundan en el país*”. (Mejía 2017)

Lo que se trata de entender por parte del periodista es que las medidas implementadas desde la Dimayor no fueron eficaces para controlar una situación de orden público. Y así fue como el eco de un periodista con alta experiencia y credibilidad en los medios de comunicación tuvo su influencia, a tal punto de que el ente regulador del fútbol colombiano, determinó medidas para controlar la seguridad como la carnetización de hinchas y el registro biométrico a las barras populares (y que en estos momentos anda en proceso).

Así mismo, los conceptos como el deporte, la sociedad contemporánea, la sociología del deporte, el periodismo deportivo radial, se lograron concatenar con el ambiente que comenzó a vivir Colombia desde mediados del siglo XX en su rol como productor y creador de información de entretenimiento y educación. Por ende, existe una diversidad de autores (como ocurre en este caso) con el profesor colombiano *William Zambrano* con su libro "*Tarjeta amarilla al periodismo deportivo radial en Colombia*" en donde explica la importancia de los programas de opinión basados en su estructura, intención e ideología. El segundo autor es el sociólogo español *Manuel Ferrando* con su libro "*Sociología del deporte.*" resalta las diversas formas de manifestación de los medios de comunicación masivos a través del cubrimiento de las diferentes disciplinas deportivas.

De esta forma, los periodistas deportivos realizan el cubrimiento de los partidos de fútbol y programas de debate en donde se refleja la incidencia de su poder a través de las relaciones establecidas con las organizaciones deportivas a través de la formulación de las políticas deportivas de Colombia como por ejemplo ocurre con la Federación Colombiana de Fútbol, Dimayor, Acolfutpro y las Ligas de Fútbol Profesionales.

Por ende, el fútbol lo toman como un espectáculo cultural en la medida que los periodistas realizan el cubrimiento de acuerdo a su ideología, esencia y herramienta de educación en la opinión pública. Por ende, los medios de comunicación masivos (como ocurren con formatos como los programas radiales, editoriales y programas de debate) orientan a la opinión pública por su estilo controvertido a la hora de analizar los partidos de fútbol, en la medida que constituyen una imagen de los acontecimientos sobre el deporte catalogado como el más popular del mundo.

En los últimos años, el periodismo se ha convertido en una de las principales ramas de la sociedad humana, teniendo en cuenta su labor como investigador y velador de los principales derechos ciudadanos. Por lo tanto, se puede entender la dinámica hacía un papel que contribuye a la concepción de conciencia colectiva y la opinión pública. Así mismo, la audiencia tiene una gran variedad de contenido que le permite analizar cuál puede satisfacer sus principales gustos.

Ello genera que exista una variedad de periodistas deportivos que estén involucrados con el deporte, mostrando diversos estilos (controversial, reflexivo, prudente, analítico) con el fin de llamar la atención de forma expresiva o general a las personas que están detrás de un televisor, un periódico o un radio. Y es tanto la demanda que tienen los medios de comunicación masivos, que algunos se empiezan a especializar en algunas ramas deportivas que son de gran interés para el público como el fútbol, el ciclismo y el tenis.

Dicho lo anterior, el siguiente artículo realiza una deducción sobre el papel de los periodistas deportivos en la construcción de la opinión pública y la influencia de repercusión que tienen los comentarios en los diversos programas de índole periodística (principalmente enfocada en la radio) a través de la comunicación de masas. Por lo tanto, el periodismo deportivo en Colombia busca ser mediador entre el deporte y la opinión pública (sociedad) a través del cubrimiento de los partidos de fútbol como principal tema de manejo en la agenda pública. De esta forma, la interacción simbólica a partir de los acontecimientos deportivos más relevantes, los intercambios y intenciones comunicativas son dados por las interpretaciones acerca de la realidad mediante las opiniones o debates.

Desde este punto de vista, el periodismo deportivo se conforma como producto de la relación-mediación de la opinión pública y los medios de comunicación. Al mismo tiempo, los comunicadores – periodistas se convierten en referentes en la opinión pública a través de su influencia en las decisiones de las organizaciones sociales en las políticas deportivas. De igual modo, la influencia del periodismo deportivo brinda un espectáculo cultural debido a su estructura de emisión que atrae al público a estar informados con ellos. De modo que, los periodistas como agentes y referentes de influencia de la opinión pública compuestos son el principal atractivo para la audiencia.

1. El poder como eje transversal en el periodismo deportivo: políticas públicas deportivas

Desde el comunicador social – periodista colombiano William Zambrano, se explica la posición que toman con respecto a lo ocurrido en el fútbol y la responsabilidad asumida por parte de ellos para interpretar lo visto sin tergiversar la realidad a través de sus comentarios. *“Por más que el periodista tenga argumentos en contras de una u otra de las partes, no puede ponerse a favor de ninguna de ellas. Debe limitarse a informar a su público, de la forma más objetiva posible”* (Zambrano, 1992) – En conversación con el periodista antioqueño Esteban Jaramillo sobre el manejo de los temas polémicos y controversiales en el periodismo deportivo radial.

Por ejemplo, a partir del estudio de diversos autores acerca de la opinión pública, se encuentra en sus bases principales desde el sociólogo alemán Jürgen Habermas, entendiendo la doble funcionalidad acerca de la percepción subjetiva del receptor y la intencionalidad general de lo emitido. Así mismo, la importancia de la política y la publicidad empezó a darse desde la importancia del papel de la publicidad como principal mediador para la atracción de pautas en deportes como el fútbol, convirtiendo la acción en objeto. *“La publicidad burguesa puede captarse ante todo como la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público. Pronto se reclaman éstas de la publicidad reglamentada desde arriba, oponiéndola al poder público mismo, para concertar con ella las reglas generales del tráfico en la esfera —básicamente privada, pero públicamente relevante— del tráfico mercantil y del trabajo social.”* Habermas (1981)

Por lo tanto, el periodismo deportivo se convierte en mediador de la información que tiene como objetivo principal la intensificación del mensaje hacia la audiencia. Y el tema del manejo de pasiones sobre el deporte, se convierte en un circo intensificado de palabreras y búsqueda de razones válidas para sostener discusiones sin sentido que terminan de construir la realidad.

Es por dicha razón que, los contenidos de los medios de comunicación masivos se adaptan a las tendencias generales de la opinión pública: los gustos, los modelos, los estereotipos son algunos de los principales componentes que configuran la parrilla mediática, donde los principales trabajadores (como por ejemplo los productores que se encargan de la transmisión

directa o el manejo técnico de detalles y los presentadores quienes manejan la información según su interpretación de los hechos) se convierten en los actores principales de la realidad.

No obstante, a lo largo de los últimos diez años, se ha visto que la imagen de la radio (para mencionar uno de los formatos más importantes) ha decaído debido a la falta de manejo de ética y responsabilidad periodística con temas delicados que involucran delitos (para referenciar en la actualidad, el escándalo sexual que salpicó a los jugadores de Independiente Santa Fe que involucró una denuncia penal por parte de una trabajadora sexual), dejando a un lado la imparcialidad y la objetividad con la que manejan la información. Ello ocurre porque los medios de comunicación se presentan como gestores de errores grosos en la industria cultural y forman una mala interpretación de la imagen que ha estado ligada al manejo de ciertos contenidos que son determinados en los formatos específicos.

Por ejemplo, a través de la televisión, se observan una su gran cantidad de detalles de emisión de la información, inmensidad en artefactos y contundencia a la hora de enviar mensajes. Mientras que la radio interpreta los imaginarios de la sociedad debido a su contexto histórico como mediador entre el escucha de la audiencia y los acontecimientos en vivo, adaptándose a un formato narrativo que esté ligado a géneros periodísticos como ocurre con la crónica en características como la descripción, sencillez y claridad a la hora de interpretar la realidad. Algo similar ocurre con la prensa escrita, que maneja las formas de narración para crear imágenes mentales a los lectores sobre lo que ocurre en los acontecimientos.

En consecuencia, el periodismo deportivo transmite la información de manera eficaz a través de sus diversos canales por su estructura tecnológica y capacidad de trabajo, convirtiéndose en un referente de la construcción de las acciones que ocurren en el mundo. *“Casi todo lo que conocemos nos llega a través de los medios, que construyen una imagen de él y en virtud de la realidad y, en virtud de ella, nosotros construimos la nuestra”.* (Morduchowicz, 1995) Sin el cubrimiento de los eventos deportivos por parte de las industrias importantes, básicamente no existirá o habrá un desconocimiento del acontecimiento deportivo.

Por ende, el periodismo deportivo influye sobre los acontecimientos deportivos a través de su simple presencia en los eventos masivos (como por ejemplo ocurre con los campeonatos de fútbol y mundiales de atletismo en la cual asisten miles de personas) para dirigir a la audiencia a la legitimación de lo ocurrido.

Es por ello que, programas de características contundentes orientan a la audiencia tales como la precisión, la crítica y la formación de criterio periodístico. “La Polémica” de Caracol Radio, “Planeta Fútbol” de Antena 2, “Blog Deportivo” de Blu Radio, constituyen la formación de una línea editorial basada en las interpretaciones dadas por parte de los comunicadores sociales – periodistas que conforman un punto de vista de acuerdo a la audiencia.

Así mismo, los comentarios deportivos generan una repercusión en la opinión pública debido a la magnitud de los acontecimientos que ocurren diariamente en el contexto de los deportes y la facilidad con la cual la información llega a los oyentes. Adicionalmente, a través de actividades que involucren la espontaneidad de la juventud, los intereses generales del público y la innovación de los medios de comunicación, su consolidación es evidente. Según la doctora en comunicación Roxana Morduchowicz, cualquier tipo de medio proporciona las siguientes características: instantaneidad, exactitud y contundencia, haciendo que su rol dentro de la realidad sea constituida por los medios. *“Además, en virtud de su carácter y propiedad de instantaneidad, podemos decir que aquello que transmiten los medios es una lectura actualizada de la realidad social. La actualidad existe, sólo porque existen los medios para constituir la y reflejarla”.* (Morduchowicz, 1995)

Por otro lado, los principales comentaristas deportivos toman como validación las reglas de juego (ya sea del mismo deporte o el estatuto) sobre los sucesos deportivos (relacionados principalmente por el fútbol) acerca de las conductas o acciones que ocurren dentro del campo de juego para legitimar una razón o argumento válido de como ocurren las cosas. No obstante, la profesión se puede convertir en un espectáculo derivado en las críticas y las opiniones sensacionalistas que tienen como objetivos principales la atracción al público de manera eficaz. Esta situación puede tener una relación con el rating de la audiencia, ligada al interés de manejar una cierta cantidad de publicidad para mantenerse con un estatus, descuidando los contenidos periodísticos. *“No se trata de dar exactamente la misma información sino de presentar un comentario de acuerdo con lo entendido por el periodista. No es reflejar una realidad sino mediar entre ella y el receptor y presentar una opinión totalmente subjetiva pero respetando la objetividad”.* Zambrano (1992)

Por tal motivo, el periodista se configura como un mediador entre los hechos y la opinión en donde tiene en cuenta su estatus, posición, reconocimiento, credibilidad y experiencia, haciendo que la influencia de los comentarios periodísticos incida en la toma de decisiones que hacen las directivas de las organizaciones deportivas más importantes del país o en los hechos deportivos de coyuntura. Porque siempre estará ligada la tendencia de explicar o analizar lo que se observa, con su pensamiento, su visión de las cosas, para llegar con una idea general sobre lo que se cree y lo que se piensa. *“El deporte se ha convertido en un componente principal de la nueva cultura de masas, junto con otras manifestaciones de cultura popular tales como el cine, los festivales de música pop y los espectáculos de TV.” Barata, Ferrando (2014)*

Además, los periodistas reconocidos en el análisis de los deportes (por lo general como ocurre con el fútbol), están ligados a la intervención por parte de organizaciones como la Acolfutpro, Dimayor y la Federación Colombiana de Fútbol, son fundamentales para la creación de una convergencia mediática – política que representan los poderes económicos y políticos mediante la transmisión y cobertura periodística del deporte. A causa de ello, el monopolio periodístico empieza a conformarse a partir del binomio empresa-espectáculo, donde el mayor inversor

Así mismo, la División Mayor del Fútbol Colombiano estuvo relacionada con las polémicas decisiones tomadas por la implementación del nuevo Código de la Policía, a través de la invasión por parte de los hinchas en el partido Cali vs América, en donde la palabra por parte de los periodistas pesó en la decisión final de la organización para suspender la decisión de prohibir la transmisión de partidos y la restricción de los reporteros en su labor periodística.

Y la influencia de los periodistas no pesa solamente por estar en los medios de comunicación más reconocidos y prestigiosos del país: también la propia experiencia de cubrimientos a través de la reportería o comentarios se convierten en los principales factores de referencia por parte de la opinión pública, quién de cierta forma a través de los comentarios en conversaciones comunes y corrientes, determinan la calidad de los periodistas en el manejo de sus propias fuentes y la información manejada.

Es decir que, el deporte es representado como un espectáculo cultural en la medida que los periodistas realizan el cubrimiento de acuerdo a su estructura social, ideología y esencia como medio de comunicación en el país, teniendo en cuenta que la recreación (y prácticas como el fútbol) lo hacen deporte más importante a nivel mundial (teniendo en cuenta la influencia económica y política ligada desde la FIFA), y lo llegan a utilizar dentro de todas las dimensiones de la sociedad como la cultura, la política, a partir de diversas estrategias de persuasión y llegada a la opinión pública (gira del trofeo de la Copa del Mundo, la consolidación de marcas patrocinadoras como Coca Cola, Sony en las vallas publicitarias alrededor de la cancha de fútbol).

Por lo tanto, los comentarios deportivos (programas de opinión) sobre eventos ejercen una influencia en el pensamiento del público, en la medida que toman fuerza e impacto el mensaje que se emite. Por ende, lo que muestra el artículo como novedad, se presenta en las formas de reportería que existen en el periodismo deportivo, con el fin de analizar el estilo personal de los periodistas referentes sobre los acontecimientos deportivos en cualquier espacio de interés general como ocurre con los programas de opinión y de actualidad a nivel nacional (en este caso con programas como El Pulso del Fútbol de Caracol Radio, En La Jugada de RCN Radio, Blog Deportivo de Blu Radio, las columnas de El Tiempo (con Gabriel Meluk y Jorge Barraza) y de El Espectador (con Iván Mejía Álvarez y Hernán Peláez Restrepo).

Afirmado lo dicho, el periodismo deportivo busca la existencia de concatenación de los estilos periodísticos y la percepción de la audiencia sobre el trabajo realizado por los periodistas, teniendo en cuenta la influencia del periodismo deportivo en la construcción de la opinión pública mediante los estilos periodísticos que tiene cada uno de los integrantes de los programas o espacios que existen en Colombia. Teniendo en cuenta el protagonismo que ha tomado periodismo deportivo en los últimos 50 años, se puede definir la forma de ejercer la reportería o realizar comentarios de debates y opinión.

Por consiguiente, la influencia de los periodistas empieza a formarse a partir de lo que ellos comentan sobre los principales sucesos deportivos que puedan tener una incidencia en la imagen de la realidad (como por ejemplo ocurre con las barras bravas en el estadio) de la seguridad y el ámbito deportivo sobre el juego del equipo.

El periodismo deportivo ha tenido un rol de mediador fundamental en el análisis de los hechos y las decisiones que giran en torno al deporte empiezan a radicar según el criterio de coyuntura de los principales acontecimientos que ocurren en toda su generalidad. Así mismo, las decisiones estructurales y las organizaciones administrativas del deporte, están en la mira de la opinión pública en la medida que el periodismo deportivo realizan los cubrimientos de los eventos a nivel general. Es por ello que, el género periodístico de la entrevista juega un rol fundamental en la indagación de los acontecimientos deportivos.

De esta forma, uno de los géneros periodísticos relevantes en la formación de la opinión pública es la entrevista de crítica.

Entrevista de crítica: La entrevista de crítica emite un juicio de valor según el impacto sobre determinada acción que la fuente ha tomado o el pensamiento que repercute en la opinión pública. Este tipo de entrevistas se da en la medida que se presentan eventos de coyuntura en cualquiera de las disciplinas deportivas, en donde se empieza a dialogar entre el periodista y la fuente con objetivo principal para la aclaración sobre un tema determinado.

Dentro de las prácticas que existen en el universo del deporte, se pueden destacar la relevancia que tienen las opiniones de los hinchas, los deportistas y los periodistas sobre un tema de criterio general. El ejemplo que se podría llegar a citar para este tipo de situaciones es lo ocurrido con la discusión entre Mariana Pajón y Nairo Quintana. El caso comenzó cuando el ciclista de Cúmbita, Boyacá realizó unas declaraciones en la presentación de su temporada con el equipo movistar para competir en el Giro de Italia, el Tour de Francia y la Vuelta a España diciendo lo siguiente:

“Al niño le compran la bicicleta, pero no el casco. Hay que incentivar el ciclismo de manera completa. Lamentablemente es lo que hay. Había grandes empresarios que querían invertir, pero ante el panorama tan complicado no le van a apostar. Un ministerio que saca un equipo de ciclismo pero que no presta las carreteras, tantos ciclistas que salen inseguros. Si no fuera por los seis que estamos en Europa, no tendrían por qué sacar pecho”. Redacción Deportes, El Espectador. (20 de abril del 2017). “Esto es lo que hay”: duras palabras de Nairo contra la federación de ciclismo. El Espectador Recuperado de: <http://www.elespectador.com/deportes/ciclismo/esto-es-lo-que-hay-duras-palabras-de-nairo-contra-la-federacion-de-ciclismo-articulo-690197>

Así mismo, la entrevista indaga sobre las principales visiones de las principales fuentes del suceso. No obstante, en el caso de la entrevista a Nairo Quintana, se realiza una denuncia por parte del periodista para presentar una queja frente a una organización (como ocurre aquí con la Federación Colombiana de Ciclismo) y poner en tela de juicio la función principal que ejerce una organización que en palabras menores, busca velar por los derechos de los ciclistas en formación del país.

Y como se explicaba anteriormente, el periodismo deportivo critica a través de hechos objetivos y criterios subjetivos las decisiones de las principales organizaciones que velan por el deporte a nivel nacional, convirtiéndose por lo mismo en un actor principal dentro de las decisiones y los hechos que ocurren en el deporte. Por consiguiente, para dicha labor de juicio y opinión para ejercer la influencia, debe existir un trabajo minucioso de investigación y análisis, donde los principales protagonistas (reporteros como interpretadores de la realidad y los deportistas como principales actores de los hechos) emiten un punto de vista que sea claro y contundente.

“En el caso del deporte, los medios de comunicación como se ha visto anteriormente, se han convertido en auténticos coautores del espectáculo deportivo.” (Moragas, 1994) Tomado de: La Sociología del Deporte de Manuel Ferrando. Así es como el periodismo deportivo se convierte en una herramienta de análisis y construcción de realidad sobre los acontecimientos más importantes a nivel nacional.

No obstante, la reportería se ve limitada en ocasiones por la falta de acompañamiento en algunas disciplinas deportivas, debido a la poca financiación que reciben deportes que no son mediáticos ni llamativos para los intereses económicos de las principales industrias. En Colombia, existen casos en donde el talento en otros deportes (como ocurre con el patinaje) se pasan por desapercibidos debido a la ausencia de eventos masivos realizados de forma constante. Mientras que por el lado del fútbol se convierte en una contradicción por la cantidad de talento que surge en el medio por su gran poder e influencia, debido a que el ingreso a la élite mundial sea corta.

Así mismo, la publicidad que existe en el ámbito deportivo, se empieza a concentrar principalmente por los ingresos económicos y la forma de llamar la atención a nivel general de los deportes como el fútbol, haciendo que las principales organizaciones deportivas estén presentes dentro del ámbito político y sus incidencias sean evidentes.

2. La influencia del periodismo deportivo en la opinión pública: espectáculo cultural

Por otro lado existen varias hipótesis surgidas en la influencia del periodismo en la opinión pública. Con el uso de frases contundentes u opiniones reiteradas sobre ciertos sucesos, el periodista deportivo llega con una voz de autoridad y legitimidad sobre lo que ocurre en la realidad. La siguiente frase es de Carlos Antonio Vélez, director del programa radial de Antena 2 *Planeta Fútbol*: ***“Volveremos volveremos, Rusia 2018 nos espera, estoy seguro de que llegaremos a la próxima cita mundialista pese a las adversidades.”*** (Vélez, Antena 2)

“Los medios se constituyen como dispositivos privilegiados de producción, circulación y consumo de la verdad; sobre estas verdades se construye la realidad.” Ibáñez (1987) Con base con lo anterior, los periodistas deportivos crean un espacio de privilegio de la realidad para emitir sus principales juicios a la audiencia sobre los principales acontecimientos deportivos que rodean al deporte (en especial al tema del fútbol). Esto se puede evidenciar con la consolidación de programas deportivos en las franjas más sintonizadas de la radio con programas como El Pulso del Fútbol, Los Dueños del Balón, Blog Deportivo (por la tarde) y la televisión tales como Fox Sports Radio Colombia, Conexión Win y en espacios especiales donde la selección Colombia juega como La Polémica y Planeta Fútbol (por la noche)

Es este sentido, se puede entender la forma donde el ser humano construye su presente como sujeto a través de las diversas maneras de comunicarse a través de la evolución de herramientas presentes en los medios de comunicación masivos en un tiempo construido como el presente. *“La contemporaneidad es, pues, en este espacio crítico, la dimensión de la identidad humana que proporciona la apropiación reflexiva y activa del tiempo, confiriéndole valor y sentido.”* (de Carvalho, 2001, pp 2) Lo que quiere decir que en la historia y los acontecimientos se marcan según la tendencia del acontecimiento manejado por los medios de comunicación en materia deportiva de cubrimientos de eventos masivos desde la naturaleza humana de interactuar con el entorno, donde la presencia de personas.

Un claro ejemplo de influencia a través del uso de la persuasión, conocimiento en cada uno de sus opiniones y comentarios sobre temas de coyuntura deportiva como la Selección Colombia o los equipos más representativos del país como Millonarios, América, Nacional, entre otros. De esta forma, los comunicadores- periodistas deportivos utilizan una serie de características como la elocuencia, exactitud, contundencia a la hora de analizar un partido o evento deportivo, con el fin de transmitir su interpretación mediada en la subjetividad del conocimiento del comunicador - periodista para transmitir mensajes masivos de comercialización.

Ello ocurre debido a la comercialización masiva de los deportes a través de la televisión y la publicidad que se convirtió un *negocio manejado por parte de los representantes de los grandes clubes y federaciones deportivas se percataron de los beneficios que se podían obtener vendiendo los derechos de transmisión deportiva a la televisión.*” Ferrando (2017). Así mismo, la relación bilateral entre poder: periodismo-organizaciones deportivas se muestra como una tendencia que en Colombia a partir del año 2000 llegó con la consolidación de varios cableoperadores como Cablecentro (que durante el año 2008 se convirtió en Telmex debido a la adquisición de acciones por US\$700 millones y empezó a comprar franquicias en los años anteriores (2006, adquirió el 99,6% de Superview, por US\$37 millones) con TV Cable SA que se caracterizaba por ser su principal competencia en el mercado de operadoras durante el año 2007 por US\$123 millones y a través de la unión de Cable Pacífico consolidaron lo que fue Telmex que cuatro años más tarde debido a la alianza entre la operadora con la empresa de telefonía más importante de Colombia (Comcel)), y Directv que llega desde Estados Unidos a competir por la transmisión de los partidos profesionales del campeonato colombiano de primera división de fútbol.

También, los medios de comunicación realizan programas de televisión de debate y sus días de programación y transmisión configuran una imagen de atracción para llegar al público (presentación de los panelistas y mensajes relacionados con el programa), todo con el fin de atraer a la audiencia (desde los televisores y las redes sociales) para generar un tema de diálogo y debate sobre lo que ocurre (mayormente con lo que pasa con la selección Colombia). Ya dentro de los contenidos de los programas, las principales características se basan en la controversia, la contundencia y la espontaneidad en los análisis o los comentarios de los diversos panelistas.

Es por ello que existe una variedad de periodistas deportivos con su estilo propio y original, que buscan llegar a la audiencia de forma contundente para crear una estructura de la opinión pública a nivel general, pero el objetivo se logra mediante una serie de factores como lo son el reconocimiento, el prestigio, la calidad, la experiencia, que combinadas, crean un perfil general, que empieza a ser reconocido por la audiencia, en la medida que van pasando los eventos deportivos. Por ejemplo, en el caso de la televisión, el canal deportivo Win Sports, presenta en su parrilla para los partidos de la selección Colombia dos programas: Planeta Fútbol, dirigido por Carlos Antonio Vélez y La Polémica, liderada por Iván Mejía Álvarez.

Por consiguiente, en los panelistas se puede observar un poco la tendencia sobre el manejo de la dirección técnica por parte de Jose Nestor Pekerman en materia de convocatoria de jugadores, manejo del grupo e ideas de juego. Por un lado, el periodista manizaleño Carlos Antonio Vélez expresa su inconformismo sobre los tiempos de trabajo a nivel estructural. Mientras que Iván Mejía Álvarez, también se muestra crítico sobre el estratega argentino en algunos llamados sobre ciertos jugadores en la selección Colombia, como también el funcionamiento colectivo del equipo ante los rivales de las eliminatorias sudamericanas para el camino a Rusia 2018.

Así mismo, el tema empieza a ser objeto de estudio en la medida de impacto e influencia que toman los programas de debate debido a la existencia del diálogo entre los mismos periodistas y la audiencia (ya sea radial o televisiva), en la medida que la fluidez de la charla entre los panelistas (denominación a los integrantes de la mesa de debate) cautiva a los oyentes. Por ello, es importante conocer un poco la historia de la radio para entender las dimensiones de la inmediatez y la contundencia para saber lo ocurrido en el panorama deportivo.

Y para cada estilo, los periodistas deportivos adoptan según sus cualidades, gustos y conocimientos, la creación de un estilo propio en cada disciplina (que se diferencia a partir de las narraciones), con el fin de mostrar una marca propia dentro de los principales receptores de sus mensajes y el mismo medio. Es por ello que, las narraciones tienen demasiada connotación a nivel general. *“El lenguaje del fútbol en la radio, está continuamente cargado de frases y palabras que emiten los periodistas, generando polarización y violencia entre los hinchas que asisten al estadio y los radioaficionados. Con frecuencia durante y después de las transmisiones deportivas, se aprecian peleas entre los hinchas, insultos a los árbitros, técnicos y dirigentes deportivos, la mayoría de las cuales son generadas por la exagerada emotividad que transmitió el periodista, ya sea por lo que observó, o por lo que no le gustó en el terreno de juego.” Regalado Ortegon (2006)*

Así es como la influencia del lenguaje periodístico deportivo tiende a ser reactiva en sus principales repercusiones hacia la audiencia, convirtiéndose en una contradicción de las funciones que cumplen los periodistas, desviando la labor de educación y entretenimiento que en el papel deben cumplir, y se empiezan a gestar como formadores de controversia y división en las principales opiniones sobre el deporte.

A partir de los juegos desarrollados en La Arenosa, se dio el tema de la alianza de diversas emisoras (como ocurre en la actualidad con formatos como la televisión y la radio, ej: transmisión de la Polémica de Caracol Radio y Win Sports durante el cubrimiento de la Copa América Centenario 2016 refiriéndonos a la actualidad) para la transmisión de lo que ocurría en Barranquilla durante el suceso. Otro antecedente que tuvo el surgimiento del campo social del periodismo deportivo fue la celebración de la Serie Mundial de Béisbol donde miles de personas que empezaban a emigrar para conseguir nuevas oportunidades de todo tipo.

En el desarrollo particular, del periodismo deportivo (prensa escrita (periódico) prensa sonora (radio) se empezó a tener en cuenta como foco principal de cubrimiento el fútbol, pero que tiempo después a los deportes de rueda como el ciclismo y el automovilismo se le fue prestando atención de manera específica. Una de las primeras personas que empezó a cubrir dichos eventos de magnitud fue Gabriel Muñoz López.

Para hablar brevemente de Gabriel Muñoz López, hay que decir que fue uno de los pioneros de la radio deportiva en Colombia, comenzando a transmitir los primeros partidos en el fútbol colombiano a partir de 1949, no obstante, como es común en los orígenes del balompié criollo a nivel periodístico se comenzó con la experimentación en los campos de transmisión y trabajo de reportería periodística. Sus bases principales se remontan a los cubrimientos de otros deportes en los cuales estuviera relacionando el movimiento por diversos sitios y la preparación mental.

Por consiguiente, empezaron a llegar también otras emisoras que permitían interpretar la difusión masiva del deporte en gran escala como Radio Cadena Nacional (RCN) debido a la alianza de la emisora Nueva Granada en Bogotá y la voz de Medellín de la mano de Enrique Gaviria Ramírez, donde resalta en su escrito Pequeñas memorias de la radio en Colombia: *“Fue la primera vuelta a Colombia en bicicleta que transmitimos, a la cual dedicamos todo nuestro interés, nuestros modestos conocimientos y todo el entusiasmo que siempre hemos puesto en nuestra tarea de auténticos hombres de radio”*. Zambrano (1992).

En efecto, se entendió la importancia de desarrollar artefactos y elementos especiales que permitieran que la calidad de la información brindada por parte de los periodistas fuera excelente, teniendo en cuenta que la claridad, contundencia y eficacia del mensaje debía llegar a los oyentes como si estuvieran presentes en la misma carrera de ciclismo.

Por lo tanto, se puede inferir que los medios de comunicación masivos se catalogaron como un ente creador de opinión, en la medida que los avances tecnológicos permitiera que los cubrimientos periodísticos fueran más detallados y amplios. No obstante, a partir de allí se puede evidenciar como el fútbol a partir de los diversos contextos sociales, genera un sin fin de puntos de vista que son materializados en los medios de comunicación a través de formatos como los programas de debate o en la sociedad a través de las redes sociales.

"Dentro de ellos, lo individuos generan consensos y disensos, adaptaciones y desafíos, forman imágenes y percepciones, refuerzan o contradicen las líneas de pensamiento que impregnan cada época y las conectan, puntualmente, con cada tema específico que adquiere relevancia pública y con cada comportamiento en el que aquellos se manifiestan concretamente. Los paradigmas de ideas y orientaciones valorativas cambian, pero lo hacen lentamente; la opinión pública se manifiesta en fenómenos de corto plazo" Mora (2005)

Desde el siguiente punto de vista, se puede inferir la forma de constituir espacios de índole público a través de actividades masivas que se desarrollan en el ámbito global como el fútbol, mediante estados de ánimo o un contextos determinados a través de situaciones representativas como un encuentro deportivo entre instituciones de poder y relevancia.

Así mismo, dado los factores presentados a través de los tipos de espacios (transmisiones radiales, estadios de fútbol, bares), los medios de comunicación a partir de la creatividad e innovación la forma de llegar a la audiencia. Desde allí se comenzó a interpretar en cierta medida las estrategias que implementan los diversos formatos como la televisión, la radio y la prensa escrita, permitiendo que la pluralidad de opinión se haya expandido de manera contundente y versátil.

Por ejemplo, el uso de palabras sencillas y precisas a la hora de informar fue fundamental para poder explicar de manera breve los acontecimientos que ocurrían en los eventos deportivos (también el uso de metáforas (como lo pueden ser los apodos y las comparaciones) estuvo ligada a la forma de llamar al público). *"Otra de las características de la radio, es la facilidad que este medio posee para enviar un mensaje informativo ya que puede hacerse de forma casi inmediata una vez ocurrido el hecho"* (Aracena, 2006).

En base con lo dicho anteriormente, el periodismo deportivo radial logró crear expectativas en los oyentes debido a la inmediatez con la que se manejan los temas de coyuntura. La radio por su sencillez, claridad y eficacia, puede desenvolverse dentro del manejo de tal punto que el manejo de la agenda mediática se ve influenciada debido a sus principales actitudes frente a la noticia. Para entender su importancia, a continuación se presentará el caso citado por Alfredo

Guevara (Zambrano, 1992): *“En el Aeropuerto el Dorado aterrizó el avión donde iban los niños bicicrocista, sin tener en cuenta la llegada de Luis Herrera, faltando al sentido periodístico, sin poder haber realizado una nota para conocer el pensamiento sobre su desempeño en el Tour de Francia”*.

Por ende, el interés general y la actitud de los medios de comunicación en informar repercute también en el estilo y el tipo de cubrimiento realizado, porque en la medida de la temporalidad de los acontecimientos y la relevancia en el mundo deportivo, van tomando importancia ya sea para la atracción de público de forma masiva o la exaltación del personaje deportivo. *“El poder de los medios es generalmente simbólico y persuasivo en el sentido que ellos tienen la posibilidad de controlar más o menos las mentes de sus receptores”*. Van Dijk. Como resultado de ello, los medios de comunicación masivos desde sus grandes capacidades de recordación y efectividad, toman el lenguaje técnico de los deportes más importantes, los adoptan, y luego los interpretan para explicar a la opinión pública lo que ocurre en el deporte, formando una concepción general sobre los hechos o las personas.

3. La atracción de los medios de comunicación sobre el conocimiento sobre el deporte: pensamiento del público

Los comentaristas deportivos han tenido una representación en su papel como periodistas, que ha estado ligada a la opinión pública en la medida que cada medio de comunicación tiene diversos perfiles con un estilo caracterizado. La repercusión por parte de los referentes que están en las grandes cadenas radiales para determinar el protagonismo y la jerarquía que están tomando en la sociedad deportiva.

Por ende, cada estilo que se construye por parte de los comunicadores - periodistas deportivos, están basados en la personalidad que caracteriza al reportero, como también el criterio con el cual realiza su trabajo, a medida que su trabajo empieza a ser reconocido en la forma, el estilo, la veracidad, con la cual maneja la información deportiva (como lo hace por ejemplo Diego Rueda en el programa de El Alargue de Caracol Radio con las noticias más relevantes del día y confirma en vivo por medio de sus fuentes los hechos que ocurren)

Por ejemplo, los periodistas manejan diferentes testimonios o interpretaciones sobre el manejo de la selección Colombia a mando del director técnico argentino Jose Nestor Pekerman, como ocurre en el caso de Iván Mejía Álvarez y Carlos Antonio Vélez. Por un lado, Vélez se muestra como una persona convencida y rígida en los puntos de vista sobre los conceptos de fútbol. Así mismo, recurre a las columnas (formato periodístico de opinión) a través de la radio, para realizar una campaña de convicción sobre la clasificación de Colombia al mundial de Rusia 2018.

“Ayer Don José dijo que esta clasificatoria era difícilísima. No, es emocionante, porque no puede ser difícil clasificar entre ocho equipos, cinco. No no, eso no puede ser difícil. Hay cosas más graves. Clasificar uno entre seis como ocurre en las eliminatorias europeas, como ocurre aquí que existen pre-eliminados como Bolivia y Venezuela. Uno de seis es más complicado. Además que tenemos buenos jugadores, podemos ir si o si, por lo tanto es casi obligatorio ir a Rusia.” Vélez (2017)

“Puede pasar que Brasil se haya levantado con el pie derecho o que no encuentren la pelota hoy y no les salga nada., Puede pasar que Colombia se levante con el 50% que requiere para jugar bien. Todo puede pasar, y sobre el papel el favorito es Brasil para no meternos mentiras, pero todos tenemos el sueño de que nos encontremos con una tarde mágica así que todo puede pasar.” Mejía (2017)

Por eso mismo, a la conclusión a la que se llega es que dependiendo el tipo de periodista deportivo, siempre existirá una ruptura de posiciones con respecto a un suceso (como una jugada en un partido de fútbol, una falta en el tenis), lo que indica que los medios de comunicación en materia deportiva, marcan una tendencia que está ligada con la consolidación de: los referentes (Carlos Antonio Vélez, Iván Mejía Álvarez, Hernán Peláez, Rafael Villegas, Héctor Palau) y la posición editorial del medio de comunicación.

De esta forma, el periodismo deportivo radial en Colombia tomó fuerza debido a su influencia como mediador entre el deporte y la opinión pública (sociedad), teniendo en cuenta la función que han cumplido programas de debate como *“La Polémica” de Caracol Radio*, *“Planeta Fútbol” de Antena 2*, *“El mano a mano” de Colmundo Radio*, *“En la jugada” de RCN Radio*, *“Blog Deportivo” de Blu Radio*, se han convertido en el eje principal donde la formación de la opinión pública se ve influenciada por los comunicadores sociales – periodistas como mediadores para la gente que sintoniza los diales existentes en la radio.

A grosso modo, periodistas directores de programas de interés general como por ejemplo *Antonio Casale*, *Henry “Bocha” Jiménez*, *Edward Acero*, *Héctor Chávez (en el servicio informativo de Caracol Radio)*, tienen una influencia importante dentro del periodismo deportivo, en la medida que consolidan su estilo informativo a través de su labor periodística.

Al igual, es evidente reconocer la transformación que han tenido los medios de comunicación masivos a lo largo de la historia, en la medida que ha permitido reinventar la labor periodística desde cualquiera de los ángulos existentes donde se puede observar el periodismo. Como afirma el sociólogo español Manuel García Ferrando en su libro *La sociología del deporte: “Los cambios en la difusión de la información y en las tecnologías de la información y en las tecnologías de la información forman parte del desarrollo de las sociedades modernas tanto como cualquier otro aspecto de la producción industrial.” (Kern, 1983)*¹

¹ Manuel Ferrando, *Sociología del deporte*.

Por tal motivo, los medios de comunicación han realizado una convergencia fundamental con la tecnología, para mejorar la calidad de la información en la parte periodística de la reportería en aspectos importantes como la inmediatez, la claridad y la difusión de la información, con el objetivo principal de consolidarse como un referente informativo de gran magnitud dentro de las competencias fuertes que se realizan a la hora de informar.

También, los modos de llegar a transmitir y cubrir eventos deportivos se dan a través de un fenómeno social denominado *espectacularidad* que se explica a partir de “*los nuevos avances de la televisión digital y de alta definición no harán otra cosa que aumentar la espectacularidad de las retransmisiones deportivas.*” Moragas (1994)

Como resultado de la siguiente situación, la inmediatez, la atracción de la información cubierta por los principales periodistas se convierte en un punto contradictorio a la hora de informar debido a lo que la inmediatez se convierte en un factor fundamental del espectáculo a nivel social, debido a la connotación que tiene el deporte en la audiencia, debido a su forma de llegar a todas las personas en el ámbito periodístico.

Conclusiones

Analizando los puntos de vista donde se referencia el rol que tiene el periodismo deportivo en la influencia de la opinión pública, se puede interpretar el sentido social de pertenencia a la hora de denunciar algunas situaciones de negligencia por parte de las directivas de las principales organizaciones deportivas en el país. Por lo tanto, los periodistas deportivos toman partido sobre lo que ocurre a nivel coyuntural y usan el lenguaje para incidir como mediador entre el deporte y la opinión pública.

“Si a ello añadimos las peculiaridades del lenguaje periodístico, en el que la brevedad y el interés por focalizar la atención del lector con las menos palabras posibles conduce a la eliminación de los elementos menos comunicativos: artículos, verbos atributivos, preposiciones, etc., tendremos un amplio muestrario de las dificultades que tendrán que vencer nuestros estudiantes al enfrentarse con estos textos.” Molina, J. A. (1993)

Por lo tanto, los periodistas deportivos desde sus diversas interpretaciones basadas en sus conocimientos y percepciones, brindan un punto de vista técnico y detallado sobre lo que ocurre en el deporte. Y este es uno de los principales motivos por los cuales se legitima por parte de la opinión pública lo emitido por parte de los medios de comunicación, como fuente principal de análisis, puntos de vista y percepciones sobre la realidad.

Por ende, el periodismo deportivo se convierte como un legitimador de lo que ocurre a nivel general con el fútbol y los referentes deportivos están presentes en los cubrimientos – transmisiones deportivas, con motivos principales como los eventos masivos de alta importancia como los partidos de la selección Colombia, donde la concentración de los analistas deportivos y los reporteros se convierte en una disputa sobre la referencia y la primicia previa de los partidos de fútbol, comentarios durante el encuentro y las reacciones después de lo que ocurre en la jornada.

También, los partidos de fútbol generan una convergencia de opiniones que se llega a convertir en un circo mediático que se convierte en una forma de llamar la atención a través de la dureza y la contundencia de los comentarios, sin importar las principales consecuencias que se puedan a dimensionar sobre la incidencia en la audiencia o los mismos jugadores.

Es por dicha razón, que los periodistas también con su estilo periodístico a la hora de informar u opinar sobre lo que ocurre, generan una repercusión importante en la audiencia. Por lo tanto, los estilos periodísticos de cada comentarista, también son fundamentales para la creación de expectativas y opiniones a la hora de emitir puntos de vista y opiniones relacionadas con el deporte (específicamente con el fútbol donde las jugadas del partido y las decisiones arbitrales son fundamentales para el trámite del resultado).

Así mismo, el periodismo deportivo incide dentro de las políticas deportivas debido a su presencia y legitimación de la realidad a través del cubrimiento y conocimiento de todo tipo de situaciones que están relacionadas con el ámbito general (ya sea desde el mismo deporte en juego o las decisiones políticas de las organizaciones) y generan un ambiente de debate y controversia a la hora de entender lo que ocurre.

Finalmente, se puede decir que el periodismo deportivo incide en la construcción de la opinión pública y la realidad, en la medida que se interpreta la realidad bajo la visión de los reporteros y los comentaristas, debido a su gran magnitud dada por la experiencia y el poder de los medios en los cuales trabajan.

Bibliografía

<https://www.kienyke.com/sal-y-dulce/gabriel-munoz-lopez-caracol-radio>

Zambrano W., (1992). Tarjeta amarilla al periodismo deportivo radial en Colombia.

Ferrando, M. G., Otero, F. L., & i Barata, N. P. (2002). Sociología del deporte. Alianza Editorial.

http://elpais.com/diario/1994/04/25/agenda/767224803_850215.html

Bourdieu, P. (1990). La opinión pública no existe. Sociología y cultura, 239-250.

Morduchowicz, R. (1995). La lectura crítica de la prensa en el contexto iberoamericano. Universidad Internacional de Andalucía.

Lozano, J. C. (1990). Del imperialismo cultural a la audiencia activa: aportes teóricos recientes. Comunicación y Sociedad, (10-11), 85-107.

Fuenzalida, V. (1986). Educación para la comunicación televisiva. Ceneca.

Molina, J. A. (1993). El uso de la lengua en la prensa deportiva: Aportaciones para enseñanza/aprendizaje de E/LE. In El español como lengua extranjera: de la teoría al aula. Actas del III Congreso nacional de ASELE, Málaga (pp. 231-240).

Regalado Ortigón, D. C. (2006). Expresiones emotivas del discurso periodístico deportivo. Cuadernos de Lingüística Hispánica, (7).

de Carvalho, A. D. (2007). La contemporaneidad como expresión de un nuevo humanismo.